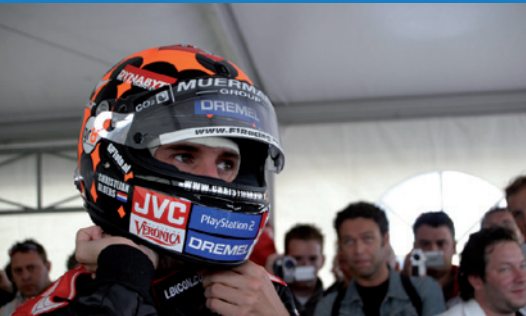


Unieke bijeenkomsten voor professionals op het gebied van sportsponsoring

Basis cursus Sport, Sponsoring en Media, najaar 2010 en voorjaar 2011
Verdiepingscursus Sport, Sponsoring en Media, najaar 2010 en voorjaar 2011



Kennis Inspiratie Contacten

Sport, Sponsoring en Media

Introductie

Sportsponsoring is uitgegroeid tot een belangrijke schakel in het beleid van bedrijven en van sportorganisaties. Voor het bedrijfsleven is sponsoring een veelzijdig marketing-instrument met unieke mogelijkheden. Sponsoring is voor sportorganisaties en sporters vooral vanuit financieel oogpunt van groot belang. Wanneer de sport en het bedrijfsleven elkaar vinden in een sponsoringrelatie kan dat tot grote wederzijdse voordelen leiden. Met de onmisbare hulp van de media natuurlijk! Niet zonder reden staat de onlosmakelijke drie-eenheid sport-sponsor-media daarom centraal in de beide cursussen in deze brochure.

Organisatoren

2

De cursussen zijn ontwikkeld door Mr. Marcel Beerthuizen en worden georganiseerd door Arko Sports Media. Arko Sports Media organiseert cursussen, leergangen en congressen voor professionals in de sport en biedt kwalitatief hoogwaardige, actuele en praktijkgerichte kennis en vaardigheden. Daarnaast is Arko Sports Media een zelfstandige uitgeverij op het brede terrein van sport. Mocht u vragen hebben over deze cursus of het volledige aanbod van Arko Sports Media, dan kunt u contact opnemen met het congressecretariaat (Rian van Dijk) via 030 707 30 70 of conferences@arko.nl.



CONTACT

Arko Sports Media

Postbus 393, 3430 AJ Nieuwegein, T 030 707 30 70, F 030 605 26 18, E conferences@arko.nl, I www.sportmedia.nl

Basiscursus Sport, Sponsoring en Media

Pagina 4

Deze cursus belicht sponsoring vanuit de belangrijkste invalshoeken. Hoe kan de sport optimaal gebruikmaken van sponsoring? Wat kan sponsoring als marketinginstrument betekenen voor het bedrijfsleven? En hoe gaan de media met sponsoring om? Op deze en andere vragen krijgt u het antwoord tijdens de Basiscursus Sport, Sponsoring en Media.

Verdiepingscursus Sport, Sponsoring en Media

Pagina 8

Deze cursus haakt in op de belangrijkste ontwikkelingen en trends op het terrein van sponsoring en beantwoordt de belangrijkste vragen op dit gebied waar professionals mee worden geconfronteerd. Hoe haal ik meer uit mijn sponsorship? Hoe verkoop ik mijn sponsoraanbod met succes? Hoe schrijf ik een briefing voor de activering van een sponsorship? Wat zijn de laatste ontwikkelingen op het gebied van sport en recht?

Waardevolle vakliteratuur

Pagina 13

Basiscursus Sport, Sponsoring en Media

Introductie

Sponsoring is voor sportorganisaties en sporters vooral vanuit financieel oogpunt van groot belang, maar kan ook een bijdrage leveren aan de bekendheid en het imago van de gesponsorde. Voor het bedrijfsleven is sponsoring een veelzijdig marketinginstrument met unieke mogelijkheden. Wanneer de sport en het bedrijfsleven elkaar vinden in een sponsoringrelatie, kan dat tot grote wederzijdse voordelen leiden. Met de onmisbare hulp van de media natuurlijk.

Niet zonder reden staat de onlosmakelijke drie-eenheid sport-sponsor-media daarom centraal in deze basiscursus. De cursus belicht sponsoring vanuit de belangrijkste invalshoeken. Hoe kan de sport optimaal gebruik maken van sponsoring? Wat kan sponsoring als marketinginstrument betekenen voor het bedrijfsleven? En hoe gaan de media met sponsoring om? Wat levert een sponsorship eigenlijk op?

Spreekers met een grote deskundigheid en uitgebreide praktijkervaring nemen u mee in de dynamische wereld van sponsoring en beantwoorden al uw vragen. De cursus is zeer divers ingericht met presentaties van sponsor-deskundigen, voldoende ruimte voor interactie met topdocenten die je anders nooit zou spreken, toepasbare theorie met praktijkvoorbeelden en intensieve samenwerking met medecursisten aan de groepsopdracht. Kortom, een inspirerende cursus die zeker van invloed is op uw marketing- en sponsoringkennis!



Benut uw mogelijkheden binnen de hechte drie-eenheid sport-sponsor-media

Programma

Cursusdag 1

- 09.00 Ontvangst met koffie/thee en uitreiking documentatiemateriaal
- 09.30 Introductie
- 10.00 **Sportsponsoring in Nederland**
Historie, beroemde cases, trends en ontwikkelingen
Marcel Beerthuizen
- 11.30 Koffiepauze
- 11.45 De rol van sportsponsoring voor sport en bedrijfsleven
- 13.00 Vragen en lunch
- 14.00 **Praktijkcase 1: strategie en operationele invulling van het sponsorbeleid van AEGON**
Ronald van Liemt
- 15:30 Theepauze
- 16.00 **Sponsoring en effectmeting**
Wat levert een sponsorship eigenlijk op?
Over het belang van het meten van de 'return on investment'
Henk Eising
- 18.30 Borrel en diner
- 20.30 **Gastlezing: Meer dan Sport**
Edu Jansing
- 21.30 Overnachting

Cursusdag 2

- 8.00 Ontbijt
- 9.00 **Het opzetten van een (sport)mediakanaal**
Arno de Jong
- 10.30 Koffiepauze
- 10.45 **Praktijkcase 2: Team Telfort**
Van Top Zwemmen Amsterdam tot Team telfort. De rol van sponsoring als financierings- en marketing-instrument voor een professioneel sportteam
Michiel Bloem
- 12:30 **Introductie opdracht**
Het maken van een sportsponsorpropositie en sport-sponsoringbeleid
- 13.00 Lunch
- 14.00 Uitvoering opdracht in werkgroepen
- 15.00 Theepauze
- 15.15 Presentaties werkgroepen
- 15.45 Gezamenlijke bespreking van de opdracht
- 16.30 Samenvatting en evaluatie
- 17.00 Afsluitende netwerkborrel

Basiscursus Sport, Sponsoring en Media

Data en locatie

Basiscursus 1

Donderdag 4 en vrijdag 5 november 2010 Hotel De Reehorst te Ede

Basiscursus 2

Donderdag 10 en vrijdag 11 februari 2011 Hotel Conferentiecentrum Zonheuvel te Doorn

De eerste cursusdag duurt van 9.00 uur tot 21.30 uur (inclusief diner en aansluitend een overnachting). De tweede cursusdag duurt van 9.00 uur tot 17.00 uur (met aansluitend een netwerkborrel).

Doelgroep

De Basiscursus Sport, Sponsoring en Media is bestemd voor medewerkers die verantwoordelijk zijn voor marketing, media en/of evenementmanagement in organisaties die zich op enigerwijze bezighouden met sport, alsmede voor het midden- en senior management van deze organisaties. De cursus veronderstelt theoretische basiskennis over marketing.

Maximum aantal deelnemers: 20

Prijs

Deelname aan de Basiscursus Sport, Sponsoring en Media kost € 1.445,- excl. btw per persoon, te voldoen binnen 30 dagen na ontvangst van de factuur. Dit bedrag is inclusief studiemateriaal, lunches, diner en overnachting op de eerste cursusdag (eenpersoonskamer).

Reacties van eerdere deelnemers:

- “Zeer goede bagage om toe te passen in de praktijk.”
- “De sprekers en de actualiteit van de onderwerpen maakten deze cursus erg goed.”
- “Afwisselend, informeel, open, kleinschalig met veel praktische toepassingen.”

Cursusleider

Marcel Beerthuizen



Mr. Marcel Beerthuizen is algemeen directeur van SOS Kinderdorpen. Marcel geeft leiding aan de organisatie en vertegenwoordigt SOS Kinderdorpen extern. Hij is verantwoordelijk voor de ontwikkeling en uitvoering van strategie en beleid, stelt plannen, begrotingen en de jaarrekening vast en kent budgetten toe. Na 21 jaar ervaring op te hebben gedaan in de commerciële wereld past Marcel zijn ervaring en visie nu toe op deze bijzondere organisatie. Beerthuizen werd in 2001, 2002, 2003, 2004 én 2007 uitgeroepen tot de meest invloedrijke persoon in de Nederlandse sponsoringindustrie.

Docenten

Ronald van Liemt



Vanaf 1 januari 2008 is Ronald van Liemt hoofd sponsoring bij AEGON Nederland. Daarvoor is Ronald werkzaam geweest als Manager International Sport Affairs bij ATP, waar hij het sport- en sponsorbeleid voor zijn rekening nam, een combinatie die ook in zijn functie bij AEGON terugkomt. Van Liemt heeft in het verleden veel ervaring opgedaan op het gebied van sponsoring en activering van (sport) sponsorcontracten.

Henk Eising



Henk Eising specialiseerde zich na zijn studie Sociale Geografie als marktonderzoeker. Binnen Heineken International bekleedt hij momenteel de functie van International Market Research Manager. In die hoedanigheid houdt hij zich onder andere intensief bezig met de evaluatie van grote, internationale sponsorships en de impact die deze op het merk hebben. In 2008 werd hij verkozen tot MOA Bedrijfsonderzoeker van het jaar.

Edu Jansing



Mr. Edu Jansing is directeur van de Stichting Meer dan Voetbal. Deze stichting is een initiatief van de KNVB, Eredivisie en Eerste Divisie. De Stichting Meer dan Voetbal zet de kracht van voetbal in voor een betere samenleving en is gespecialiseerd in het thema Sport en MVO. Edu Jansing heeft de afgelopen jaren talloze organisaties (o.a. de KNVB, Feyenoord, Ajax, Olympisch Vuur, het HollandBelgium Bid WK 2018 en ING) geadviseerd over hun strategie op het gebied van MVO in de sport. Edu Jansing heeft, voor hij 5 jaar geleden begon bij Meer dan Voetbal, gewerkt voor Heineken (marketing en communicatie), het ministerie van Economische Zaken en de Verenigde Naties.

Arno de Jong



Arno de Jong is per 1 september 2009 aangesteld als Directeur Media & Marketing van Eredivisie Live. De Jong is afkomstig van AD Nieuwsmedia, waar hij de laatste vier jaar werkzaam was in de functie van Directeur Marketing & Sales Lezermarkt. In zijn nieuwe rol is de Jong eindverantwoordelijk voor de totale branding, sales en marketing van Eredivisie Live. Arno de Jong verdiende ruimschoots zijn sporen in verschillende

functies bij PCM Uitgevers, waar hij vanaf 1996 onder meer werkte als Product Manager NRC Handelsblad, Hoofd Oplagegroep Rotterdams Dagblad, en als Marketing Director van de Algemene Media Groep.

Michiel Bloem



Als student sportpsychologie was Michiel Bloem al 'gek' met en van topsport. Hij beschikt over ruime trainings- en presentatieervaring in bedrijfsleven en topsport, meest recent als schaatspreker op de Olympische Spelen. Hij specialiseerde zich sinds 2000 (Sydney, Olympische Spelen) in prestatie-management en introduceerde Executive Presentation Coaching, individuele presentatiecoaching voor sportieve managers, in Nederland. Hij heeft zijn organisatorische topsportambities vooral in de praktijk gebracht als oprichter van Topzweemmen Amsterdam en als teammanager bij schaatsteam Telfort. Michiel is partner van WEB Performance, training & consulting in Performance Management, waar hij bouwt aan het duurzame prestatieklimaat (prestatiecultuur) van topbedrijven in de energie, chemie en ict.

Verdiepingscursus Sport, Sponsoring en Media

Introductie

Sportsponsoring wordt steeds vaker ingezet als impactvol en effectief marketinginstrument. Niet voor niets bouwen ondernemingen als Unilever, Rabobank, Heineken, ING en AEGON hun marketingcommunicatiebeleid rond sportsponsorships ten einde hun merken verder te bouwen of te laden. Ook voor sportorganisaties vormen nieuwe ontwikkelingen op het terrein van marketing en media invalshoeken om extra inkomsten te vergaren. Maar de nog steeds groeiende investeringen en toenemende concurrentie vereisen steeds meer inzicht en creativiteit van de marketeer, zowel aan de zijde van de adverteerder als aan de zijde van de sportorganisatie.

In de Verdiepingscursus Sport, Sponsoring en Media besteden topprofessionals aandacht aan de belangrijkste ontwikkelingen en trends op het terrein van sportsponsoring en de mogelijkheden daarvan. Hoe zorg je voor een briefing waarmee opvallende concepten voor activering kunnen worden bedacht? Hoe ontwikkel je nieuwe technieken op het terrein van sponsorwerving? Hoe kun je sportsponsoring combineren met Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen? Hoe verkrijgt een multinational als Heineken maximaal rendement uit haar sponsorships? Tevens wordt de laatste stand van zaken op het gebied van sport en recht besproken, met aandacht voor de zo belangrijke portret-, image- en uitzendrechten. Deze onderwerpen worden behandeld door de allerbeste professionals uit het vakgebied, met uitgebreide mogelijkheden tot actieve participatie van de cursisten. In samenwerking met medecursisten wordt een oefencase gemaakt, zodat er ook verdieping ontstaat voor het toepassen van de besproken theorie in de praktijk.

De Verdiepingscursus Sport, Sponsoring en Media is een must voor iedere sponsoring-professional die meer uit zijn vak wil halen. Deze inspirerende en interactieve cursus omvat het totale speelveld van sportsponsoring. De line-up van docenten biedt een unieke blik in de keuken van de verschillende specialiteiten. De cursus heeft invloed op alle marketing- en sponsoringkeuzes en is een verrijking van ieders netwerk!



Interactieve cursus met eindopdracht

Programma

Cursusdag 1

- 09.00 Ontvangst met koffie/thee en uitreiking documentatiemateriaal
- 09.30 Introductie
- 10.00 **Trends en ontwikkelingen in sportsponsoring**
Marcel Beerthuisen
- 11.30 Koffiepauze
- 11.45 **Hoe schrijf ik een briefing aan creatieven?**
Goos Geursen
- 13.00 Vragen en lunch
- 14.00 **Het ontwikkelen van een agressieve wervingsstrategie**
Jacco Swart
- 15.30 Theepauze
- 16.00 **Activering van een sponsorship door interactieve media**
Heleen Crielaard
- 18.30 Borrel en diner
- 21.30 Overnachting

Cursusdag 2

- 8.30 Ontbijt
- 9.30 **Sportmarketing: vak in volle vaart - Dela-case**
Bob van Oosterhout
- 11.00 Koffiepauze

- 11.15 **Case: de succesfactoren van Hockey.nl**
Jan Paul de Wildt
- 12.15 Introductie opdracht
- 12.45 Lunch
- 13.45 Uitvoering opdracht in werkgroepen
- 14.45 Theepauze
- 15.00 Presentaties werkgroepen
- 15.45 Gezamenlijke bespreking van de opdracht
- 16.30 Introductie vervolgoopdracht
- 17.00 Netwerkborrel

Cursusdag 3

- 9.30 Ontvangst
- 9.45 **Sport & Recht: de stand van zaken op het terrein van uitzendrechten, imagerrechten, portretrechten, ambush marketing**
Dolf Segaar
- 11.00 **Hoe Heineken en haar merken strategisch en commercieel gebruik maken van sportsponsoring**
Tanja Manders
- 12.45 Lunch
- 13.45 Terugblik op eerste twee cursusdagen, ervaringen de afgelopen weken en aanvang bespreken individuele opdrachten
- 15.30 Samenvatting en evaluatie
- 16.00 Netwerkborrel

Verdiepingscursus Sport, Sponsoring en Media

Data en locatie

Verdiepingscursus 1

Donderdag 18 en vrijdag 19 november 2010 met terugkomst vrijdag 10 december 2010
Hotel en Congressentrum Hof van Wageningen te Wageningen

Verdiepingscursus 2

Donderdag 17 en vrijdag 18 maart 2011 met terugkomst vrijdag 8 april 2011
Hotel de Bergse Bossen te Driebergen

Doelgroep

De Verdiepingscursus Sport, Sponsoring en Media is bestemd voor ervaren medewerkers die verantwoordelijk zijn voor marketing, media en/of evenementmanagement in organisaties die zich op enigerlei wijze bezighouden met sport, alsmede voor het midden- en senior management van deze organisaties. De deelnemers hebben enkele jaren op professionele wijze ervaring opgedaan met sponsoring. Ervaring met de beginselen van marketingcommunicatie wordt dan ook als bekend verondersteld.

Maximum aantal deelnemers: 20

Prijs

Deelname aan de Verdiepingscursus Sport, Sponsoring en Media kost € 2.365,- excl. btw per persoon, te voldoen binnen 30 dagen na ontvangst van de factuur. Dit bedrag is inclusief studiemateriaal, lunches, diner en overnachting op de eerste cursusdag (eenpersoonskamer).

Reacties van eerdere deelnemers:

- “Iedereen bleef volop geïnteresseerd, zo boeiend dat we de eerste avond pas rond 22.30 uur naar de bar gingen...dat zegt veel.”
- “Drie dagen vol masterclasses van de absolute top in Nederland op de verschillende vakgebieden. Een verrijking voor mensen die zich willen verdiepen in het sponsorvak.”
- “Enorm leerzaam en actuele praktijkvoorbeelden met fantastische sprekers.”

Cursusleider Docenten

Mr. Marcel Beerthuizen



Mr. Marcel Beerthuizen is algemeen directeur van SOS

Kinderdorpen. Marcel geeft leiding aan de organisatie en vertegenwoordigt SOS Kinderdorpen extern. Hij is verantwoordelijk voor de ontwikkeling en uitvoering van strategie en beleid, stelt plannen, begrotingen en de jaarrekening vast en kent budgetten toe. Na 21 jaar ervaring op te hebben gedaan in de commerciële wereld past Marcel zijn ervaring en visie nu toe op deze bijzondere organisatie. Beerthuizen werd in 2001, 2002, 2003, 2004 én 2007 uitgeroepen tot de meest invloedrijke persoon in de Nederlandse sponsoringindustrie.

Goos Geursen



Goos Geursen heeft 25 jaar reclame-ervaring en is nu zelfstandig ondernemer (www.bedrijvigheden.nl). Het

vertalen van marketingstrategie in creatieve uitgangspunten is een van zijn specialismen. Goos schreef diverse boeken, waaronder de bestseller ‘Virtuele Tomaten en Conceptuele Pindakaas’. Zijn laatste boek heet ‘Als de leuning beweegt...’ en gaat over nieuwe wetten voor marketeers en managers in deze tijd van dynamiek en versnippering. De beste briefings schrijf je achteraf, is zijn stelling. Maar waarmee ga je dan het proces in? En hoe ziet dat proces er uit?

Jacco Swart



Jacco Swart is sinds juni 2004 algemeen directeur van N.E.C. Daarvoor heeft

hij onder meer dezelfde functie bekleedt bij De Graafschap en is hij marketing manager geweest bij de KNVB. Hij is zijn carrière gestart in de mediawereld bij wat tegenwoordig Sport 1 en Film 1 is. Swart heeft zowel ervaring in het werken met grote A merken als sponsors van het Nederlands elftal, maar ook met de grote diversiteit in commerciële relaties die een betaald voetbal organisatie kent. Vanuit zijn verantwoordelijkheden is hij zeer bekend met het spanningsveld tussen op langere termijn een merk te willen opbouwen en de korte termijn druk om omzet te genereren.

Heleen Crielaard



Heleen Crielaard werkte tijdens haar studie Psychologie aan een serieuze top-

sportcarrière. Nadat zij met het Nederlands volleybalteam zesde werd op de Olympische Spelen van Barcelona stopte zij met topsport. Na verschillende functies in de communicatie startte zij in 1995 een eigen communicatie adviesbureau op het snijvlak van marketing, communicatie en sponsoring. Sinds 2006 is Heleen hoofd sponsoring bij Rabobank Nederland en verantwoordelijk is voor alle sponsoring van Rabobank Nederland. Sinds 1 januari 2009 maakt zij onderdeel uit van het management team communicatie.

Bob van Oosterhout



Bob van Oosterhout richtte sportmarketing-bureau Triple Double op in

1997. Commercieel, creatief en enthousiast sportmarketeer, met een enorm netwerk in bedrijfsleven, sport en (sport)media. Bob adviseert met zijn team merken en bedrijven als Vodafone, Perry Sport, DELA, Philips, Unibet,

Ricoh, Fortis, Bavaria, Sport1, PSV, NOC*NSF, Ernst & Young, Essent, Sponsor Bingo Loterij en vele anderen. Van Oosterhout wordt al enkele jaren gezien als één van de 10 meest invloedrijke mensen in de Nederlandse sport-sponsoringwereld, waarin Triple Double inmiddels als top 3 bureau wordt erkend. Onlangs werd Bob verkozen tot Sportmarketeer van het jaar 2009.

Jan Paul de Wildt



Jan Paul de Wildt is uitgever sport bij Sanoma Uitgevers. Hij is eindverantwoordelijk voor alle multimediale sportactiviteiten met 13 merken waaronder Sportweek, Golfer's Magazine, Hockey.nl, Fiets, Zeilen, Pro Cycling, sport-internetsites en sport-gerelateerde evenementen. Daarvoor wakte hij als hoofdredacteur voor de Nieuwe Revu van Sanoma uitgeverij en is hij marketing manager geweest bij NUsport Media.

Dolf Segaar



Mr. Dolf Segaar startte in 1989 als advocaat bij CMS Derks Star Busmann en

werd partner in 1998. Hij is sinds 2003 bestuurslid en per april 2008 bestuursvoorzitter van CMS Derks Star Busmann N.V. Dolf maakt onderdeel uit van de praktijkgroep Venootschapsrecht. Hij houdt zich bezig met Corporate, Corporate Litigation, fusies en overnames, Corporate Governance en stichtingen, coöperaties en verenigingen. Op dit laatste rechtsgebied richt hij zich met name op de sportindustrie, waardoor er ook raakvlakken in zijn praktijk zijn met andere rechtsgebieden (zoals het intellectuele eigendomsrecht). Dolf is actief in verschillende branches, waarbij hij zich met name richt op de hotelindustrie, de sportwereld en media & ICT. Hij is regelmatig spreker op seminars en cursussen op het gebied van sportrecht en venootschapsrecht.

Tanja Manders



Tanja Manders is als senior sponsor manager bij Heineken Nederland verant-

woordelijk voor de sportsponsoring platforms voetbal en hockey van de merken Amstel (KNVB Beker, Ajax, AZ, FC Utrecht, Feyenoord) en Heineken (KNVB Nederlands Elfital, UEFA Champions League, KNHB). Van 1999 tot 2007 was zij als International Communications Manager Sponsorships & New Media verantwoordelijk voor het UEFA Champions League sponsor rechtenpakket van Amstel International en het te gelden maken daarvan in meer dan driëntwintig landen wereldwijd. Daarvoor werkte zij bij Coca-Cola Nederland als Brand Activation Manager met als belangrijkste taak het 'tot leven brengen' van de internationaal vastgelegde sponsordeals met de merken Coca-Cola light, Fanta en Sprite.

Informatie en voorwaarden

Studiemateriaal

Zowel voor de basiscursus als voor de verdiepingscursus wordt een uitgebreide documentatiemap samengesteld, die u bij aanvang van de cursus ontvangt.

Aanmelding

Voor uw inschrijving kunt u gebruikmaken van het inschrijfformulier aan het eind van deze brochure. Deze kunt u retour zenden naar conferences@arko.nl of faxen naar 030 605 26 18. U kunt zich ook inschrijven via telefoonnummer 030 707 30 70. Na ontvangst van uw aanmelding stuurt Arko Sports Media u een bevestiging met een factuur voor de kosten van deelname. Eén tot twee weken voor aanvang van de cursus ontvangt u de laatste informatie en een routebeschrijving naar de locatie.

Certificaat

Na afloop van de cursussen ontvangt u automatisch een deelnamecertificaat.

Vragen voor de docenten

Heeft u vragen, opmerkingen of stellingen die u graag aan de docenten wilt voorleggen, dan kunt u een e-mail sturen naar conferences@arko.nl. Er wordt dan geprobeerd uw aandachtspunten als input te gebruiken.

Annulering

Indien u onverhoopt verhinderd bent, kan iemand anders uw plaats innemen. Bij annulering tussen vier en twee weken voor de bijeenkomst brengt Arko Sports Media 10% van de deelnameprijs in rekening. Indien u annuleert binnen twee weken voor de bijeenkomst, wordt de volledige deelnameprijs in rekening gebracht. Plaatsvervangende annulering dienen altijd schriftelijk te gebeuren.

Wijzigingen

Arko Sport Media behoudt zich nadrukkelijk het recht wijzigingen in het cursusprogramma door te voeren, indien omstandigheden daartoe aanleiding geven. Ook behoudt zij zich het recht om zonder opgave van redenen een bijeenkomst te annuleren. In dit laatste geval worden de reeds betaalde deelnamegelden terugbetaald.

Mailing en adressenbestand

Uw naam- en adresgegevens worden gebruikt voor het toezenden van informatie en aanbiedingen van producten en diensten van Arko Sports Media, Arko Uitgeverij en aan haar gelieerde bedrijven. Indien u geen prijs stelt op deze informatie verzoeken wij u dit schriftelijk te melden bij Arko Sports Media, Afdeling Adresregistratie, Antwoordnummer 2638, 3430 VD Nieuwegein.



Strategische sportmarketing

Auteurs: Hans Westerbeek, Berend Rubingh,
David Shilbury en Shayne Quick

Prijs: € 39,50 excl. btw

ISBN: 978-90-5472-039-3

Uitvoering: 520 pagina's

De sportwereld is in de afgelopen dertig jaar ingrijpend veranderd. Was het vroeger voor zowel deelnemers als toeschouwers een plaatselijke zaterdagmiddagactiviteit, nu vindt sport elke avond op nationaal en internationaal niveau plaats en kan de sportliefhebber het live of via de media volgen. Sportliefhebbers tonen hun trouw aan de sport steeds vaker door middel van de producten die ze kopen, de literatuur die ze lezen en de programma's die ze bekijken. Vandaag de dag is sport een uit meerdere facetten bestaande multimediabranche met toenemende aantrekkingskracht op een groeiend aantal belanghebbenden. Wat ooit een duidelijk afgebakende, stabiele activiteit was, is nu een zeer complexe bedrijfstak in beweging. Dit is de omgeving waarbinnen de huidige generatie sportmarketeers zich moet bewegen.

Strategische sportmarketing is in eerste aanleg bestemd voor docenten en studenten sportmarketing. De vele voorbeelden en stappenplannen maken het echter tot een dermate praktische handleiding én theoretisch naslagwerk, dat deze uitgave ook voor belanghebbenden buiten het onderwijs van grote betekenis is.

De theoretische achtergronden en schema's worden ondersteund en verhelderd door uitgebreide (inter)nationale sport cases.

Doordat de auteurs sportmarketing in een context van algemene strategische besluitvorming hebben geplaatst, is dit boek onmisbaar voor eenieder die zich beroepshalve met sportmarketing bezighoudt.

Een complete handleiding om uw sport met succes in de markt te zetten

Waardevolle vakliteratuur



Sportsponsorgids

Auteurs: Marcel Beerthuizen en Maarten Westermann

Prijs: € 29,95 excl. btw

ISBN: 978-90-5472-001-0

Uitvoering: hardcover, 416 pagina's

Elke sporter, sportvereniging en organisator van sportevenementen krijgt ermee te maken: sponsoring. Sponsoring kan immers een belangrijke bron van inkomsten zijn. Maar hoe kom je aan een passende sponsor en hoe bouw je daar een goede relatie mee op? In de *Sportsponsorgids* worden de verschillende aspecten van sport sponsoring behandeld. In 180 kernachtige hoofdstukken komt niet alleen de theorie uitgebreid aan bod, maar geven de auteurs ook allerlei praktische tips, checklists en suggesties voor het opzetten van een goed sponsorbeleid.

Achtereenvolgens richten de auteurs zich in drie afzonderlijke delen op sportverenigingen, individuele sporters en organisatoren van sportevenementen. Maar natuurlijk kunnen ook andere instellingen en personen buiten de sport hun voordeel doen met deze praktische uitgave.

Een bruikbare gids, boordevol creatieve oplossingen en antwoorden op alle sponsorvragen



Sport & Strategie

Voor executives in sport, bij overheid, bedrijven & media

Hoofdredactie: Frans Oosterwijk en Friso Schotanus

Introductieprijs lidmaatschap: € 95,00 (ruim 40% korting)

ISSN: 1876-2367

Lange tijd bleef de sport qua professionalisering achter bij andere sectoren. Dat is veranderd! Na het betaald voetbal zijn vele andere sporten in een professionele stroomversnelling terechtgekomen. Ook de geldstromen zijn sterk toegenomen. Een omvangrijke sporteconomie is ontstaan.

Met de professionalisering in de sport nam ook de informatiebehoefte toe. Arko Sports Media voorziet in die behoefte met *Sport & Strategie*. Dit journalistieke vakblad bericht over trends en ontwikkelingen in de sport en richt zich tot beleidsbepalers, bestuurders en managers in de sportwereld en de daarmee verbonden omgeving (bedrijfsleven, media, onderwijs en overheden).

Maar liefst 2.500 beleidsmakers, bestuurders en managers uit de sportwereld en aanpalende sectoren hebben zich inmiddels aangemeld om lid te worden van het platform *SPORT & STRATEGIE*.

Zie www.sportenstrategie.nl

Inschrijfformulier



- Ja**, ik neem deel aan de Basis cursus Sport, Sponsoring en Media (prijs € 1.445,- excl. btw). Mijn voorkeur gaat uit naar:
- Basis cursus 1 (4 en 5 november 2010)
 - Basis cursus 2 (10 en 11 februari 2011)
- Ja**, ik neem deel aan de Verdiepings cursus Sport, Sponsoring en Media (prijs € 2.365,- excl. btw). Mijn voorkeur gaat uit naar:
- Verdiepings cursus 1 (18 en 19 november en 10 december 2010)
 - Verdiepings cursus 2 (17 en 18 maart en 8 april 2011)
- Tevens bestel ik de volgende uitgave(n) van Arko Sports Media:
- ... *exempla(ar)en van de Sportsponsor gids à € 29,95*
 - ... *exempla(ar)en van Strategische sportmarketing à € 39,50*
- Ik abonneer mij tot wederopzegging op het vakblad *Sport & Strategie* en betaal het eerste jaar slechts € 95 (excl. btw, incl. verzendkosten).
- Ik word graag op de hoogte gehouden van nieuwe bijeenkomsten en publicaties van Arko Sports Media.
- Per email
 - Per post

Alle prijzen zijn exclusief btw en exclusief verzendkosten. De bestelde boeken, bevestiging van deelname en/of factuur worden binnen enkele werkdagen bezorgd.

Voorletters en achternaam

..... M/V

Organisatie

Functie

Branche

Aantal medewerkers 1-10 11-50 51-100 101-500 >500

Postadres

Postcode Plaats

Factuuradres

(indien dit afwijkt van postadres)

Postcode Plaats

Telefoon Fax

E-mailadres

Datum Handtekening

Stuur dit inschrijfformulier ingevuld retour of fax het naar: **030 605 26 18**



geen postzegel nodig



Arko Sports Media
T.a.v. Rian van Dijk
Antwoordnummer 2638
3430 VD NIEUWEGEIN

Blijf bij de tijd in de dynamische wereld van de sport